

Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)

Faisal Umardani Hasibuan¹

Rahma Wahyuni²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam¹

Institut Agama Islam Negeri Langsa²

*Email korepondensi: faisal.hasibuan@iainlangsa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap keputusan menggunakan produk tabungan perbankan Syariah, (2) pengaruh penerapan nilai-nilai Islam terhadap keputusan menggunakan produk tabungan perbankan Syariah (studi kasus masyarakat Kota Langsa). Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, regresi berganda dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil pengujian data menggunakan SPSS versi 17 maka dapat disimpulkan bahwa Pada uji Adjusted R-Square, 38,5 % menjelaskan hubungan dan kontribusi variabel pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi keputusan menggunakan produk tabungan dan sisanya sebesar 61,5 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini, artinya variabel pengetahuan dan minat penerapan nilai-nilai Islam memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan. Hasil Uji F (simultan) F_{hitung} sebesar $32.014 > 3.09 F_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, artinya ada pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai Islam terhadap keputusan menggunakan produk tabungan. Hasil uji T (parsial) variabel pengetahuan terhadap keputusan menggunakan produk tabungan diperoleh t_{hitung} sebesar $4.408 > 1.660 t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel pengetahuan masyarakat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah. Sedangkan pengaruh variabel minat penerapan nilai-nilai Islam terhadap keputusan menggunakan produk tabungan diperoleh t_{hitung} sebesar $3.241 > 1.660 t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel minat penerapan nilai-nilai Islam berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk Tabungan perbankan Syariah.

Kata Kunci: Pengetahuan, Minat Penerapan Nilai-nilai Islam, Teori Keputusan, Produk Tabungan dan Perbankan Syariah.

Abstract

This research is done to determine: (1) the influence of people's knowledge on the decision to use Islamic Banking products, (2) the influence of Islamic values application on the decision to use Islamic Banking products (case study of the community in Kota Langsa). This research uses a quantitative approach. The sampling technique is done by purposive sampling. The research data is collected by distributing questionnaires to 100 respondent. The analysis techniques used are classic assumption test, multiple regression and hypothesis analysis. Based on the data analysis result by using SPSS version 17 system, it concludes that on adjusted R-Square test, 38.5 % shows relationship and contribution of variables on the people's knowledge and interest of Islamic values application in influencing the decision to use the saving products and the remaining 61.5 % is explained by other variables of knowledge and interest in the application of Islamic values have an influence on the decision to use saving products. The results F (simultaneous) F count of $32.014 > 3.09 F_{table}$ so that it can be concluded that H_a is accepted, meaning that there is a simultaneous influence (together) of people's knowledge variables and interest in applying Islamic values to the decision to use savings products. T test results (partial) variable knowledge of the decision to use savings products obtained t count of $4.408 > 1.660 t_{table}$, it means that H_0 is rejected and H_a is accepted. Thus the people's knowledge variable has a partially significant influence on people's decisions to use Islamic Banking savings products.

Keywords: *Knowledge, Interest in Application of Islamic Values, Decision Theory, Savings Products and Islamic Banking.*

Saran sitasi: Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(01), 22-33. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>

1. PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan secara umum. Ada alasan utama berdirinya perbankan syariah di Indonesia yaitu adanya pandangan bahwa bunga pada bank konvensional hukumnya haram dan dari segi ekonomi dimana penyerahan risiko dibebankan pada salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan.

Di Indonesia perkembangan industri keuangan syariah yang diawali dari inspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang Islami. Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yang mana kegiatan operasionalnya dan produknya dikembangkan berdasarkan landasan Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Perbedaan yang mendasar terletak pada keuntungan yang diperoleh, dimana pada bank konvensional dikenal dengan perangkat bunga sedangkan bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil. Prinsip tersebut menyangkut aturan dasar atau aturan pokok berdasarkan hukum Islam. Prinsip ini menjadi landasan aturan muamalat yang mengatur penyaluran dana serta kegiatan perbankan syariah lainnya.

Penduduk Indonesia mayoritas masyarakatnya beragama Islam, sehingga dalam setiap melakukan aktifitas khususnya dalam bidang ekonomi seharusnya juga menggunakan transaksi yang sesuai dengan prinsip Islam. Salah satunya dengan cara memilih produk dari lembaga keuangan syariah yaitu bank syariah. Bank syariah dikenal dengan bank Islam tanpa riba. Riba disini berarti menetapkan bunga atau melebihkan jumlah pinjaman jumlah pinjaman pokok secara bathil, dan riba hukumnya haram. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah : 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya : “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Tafsir Muyassar menafsirkan QS. Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut :

Ketika para pemakan riba dibangkitkan dari kuburnya untuk perhitungan amal, mereka akan keluar dalam keadaan seperti seorang yang gila akibat kerasukan Jin dan dikuasai setan. Gerakannya gemetar dan jalannya sempoyongan akibat pengaruh haram yang berbeda pada perut mereka dan hasil usaha keji yang terkandung dalam tubuhnya. Allah menghukum mereka dengan siksaan yang demikian rupa.

Karena bodoh dan durhaka, semasa hidup di dunia mereka berkata, “Tidak akan terjadi apa-apa terhadap kami akibat riba, karena riba mirip sekali dengan jual-beli, sama-sama berdasarkan tukar menukar dan saling suka satu sama lain.” Ucapan ini merupakan pengingkaran dan peremehan dari mereka.

Lantas Allah bantah kebohongan mereka dengan pernyataan jual beli hukumnya halal, karena terdiri dari tukar-menukar kepentingan dan bergulirnya manfaat tanpa ada kerugian dan tidak pula penipuan. Sedangkan riba merupakan kerugian yang keterlaluan terhadap harta orang lain. Banyak manusia bekerja keras untuk mengumpulkan harta, namun kemudian datang manusia-manusia lain yang merebutnya dari mereka dengan cara yang haram. Sebagian orang ada

yang terdesak oleh kebutuhan sampai harus meminjam, namun utang tersebut dilipatgandakan secara zalim dan tidak benar.

Orang yang mendengar larangan Allah dan Rasul-Nya lalu dia bertobat dari perbuatan riba maka Allah akan mengampuninya dari segala sesuatu yang telah terjadi sebelum dia mendengar larangan. Tempat kembalinya adalah kepada Allah yang akan memutuskan padanya sebagaimana kehendak-Nya. Barang siapa yang tetap menghalalkan riba setelah mendengar larangan maka dia adalah menantang Allah dan melawan Tuhannya, balasan baginya adalah kekal di Neraka Jahanam.

Perkembangan bank syariah di Indonesia beberapa tahun setelah pendiriannya cukup menggembirakan. Hal ini dapat ditunjukkan dari beberapa bank konvensional yang menerapkan prinsip syariah. Fenomena perkembangan industri perbankan syariah oleh bank konvensional diperkuat dengan kebijakan pembangunan hukum perbankan dengan menggunakan sistem perbankan ganda (*dual banking sistem*), yaitu diperbolehkannya bank umum konvensional memberikan layanan secara syariah dengan lebih dahulu membentuk Unit Usaha Syariah (UUS). Berikut akan ditampilkan ini adalah daftar Bank Bank Syariah di Kota Langsa:

Tabel 1. 1

Daftar Bank Bank Syariah di Kota Langsa

No	Nama Bank	BUS	UUS	BPRS
1	Bank Muamalat	1 unit		-
2	Bank Aceh Syariah	1 unit		-
3	Bank Syariah Mandiri	-	1 unit	-
4	BPR Syariah Adeco	-		1 Unit
5	BPR Syariah Serambi Mekkah	-		1 Unit

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2019

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan Bank Umum Syariah (BUS) di Kota langsa yaitu Bank Muamalat dan Bank Aceh Syariah dan Bank BPRS yaitu BPR Syariah Adeco dan BPR Syariah Serambi Mekkah.

Masing-masing bank dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat dan kompetitif untuk menjaga kelangsungan usahanya. Demi mencapainya, bank menjalankan fungsi intermediasi sebagai penghimpun dana untuk memperoleh modal agar dapat disalurkan kembali kepada masyarakat yang melalui pembiayaan. Penghimpunan dana bank berasal dari beberapa sumber antara lain dana sendiri, dana dari deposan (dana pihak ketiga), dana

pinjaman, dan dana lainnya. Sumber dana pihak ketiga tersebut dapat berupa giro, deposito, dan tabungan nasabah perorangan.

Kontribusi produk tabungan dalam meningkatkan dana pihak ketiga (DPK) bank tidak dapat diragukan. Tabungan merupakan instrumen penghimpun dana yang populer di kalangan masyarakat. Hampir seluruh lapisan masyarakat dapat membuka rekening tabungan karena persyaratan yang relatif lebih mudah dan saldo awal yang tidak terlalu besar.

Dunia perbankan saat ini terus bergerak maju ke depan dengan sangat aktif dan dinamis. Pergerakan ini didukung dengan adanya tantangan yang semakin luas dan kompleks industri tersebut, serta perkembangan teknologi perbankan yang semakin maju situasi ini mendorong industri perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya, terutama dalam memperoleh kepercayaan masyarakat serta memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan layanan perbankan yang aman, nyaman dan berkualitas.

Kita memang bisa melihat bagaimana prospek dari perbankan syariah dimasa yang akan datang namun tidak bisa dipungkiri jika hambatan dan kendala tersebut tidak ditemui. Masyarakat Indonesia saat ini tumbuh dan berkembang secara *direct informasi* (informasi langsung). Artinya daya kritis masyarakat sangat tajam dalam menilai sesuatu lembaga perbankan tersebut layak atau tidak untuk dijadikan sebagai sarana tempat menabung dan mendepositokan uang.

Indonesia yang merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Jumlah nasabah bank syariah di Indonesia dari tahun 2014 – 2017 selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Akan tetapi jumlah tersebut masih sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah masyarakat Muslim di Indonesia. Partisipasi umat Islam terhadap bank syariah masih sangat minim, jika dihitung dalam persentase hanya sekitar 9,13 % dibandingkan dengan jumlah masyarakat Muslim di Indonesia. Jadi masyarakat muslim di Indonesia belum sepenuhnya ikut berpartisipasi didalam pengembangan perbankan syariah.

Minimnya minat masyarakat Muslim menjadi nasabah pada Perbankan syariah juga terjadi di Aceh. Aceh merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Berdasarkan sensus badan Pusat Statistik Tahun

2010, total jumlah penduduk sebesar 4.494.410 jiwa dengan jumlah masyarakat pemeluk agama Islam sebesar 4.413.244 jiwa atau sebesar 98,2 % masyarakat Aceh beragama Islam. Aceh terdiri dari 23 (dua puluh tiga) Kabupaten/Kota. Salah satunya adalah Kota Langsa, Kota Langsa terdiri dari 5 (lima) Kecamatan diantaranya Kecamatan Langsa Timur, Kecamatan Langsa Lama, Kecamatan Langsa Kota, Kecamatan Langsa Baro dan Langsa Barat. Dengan jumlah penduduk sebanyak 172.796 jiwa.

Tabel 4.1

Jumlah Penduduk Kota Langsa

No	Kecamatan	Jenis Kelamin		Total
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Langsa Timur	7.750	7.853	15.603
2	Langsa Lama	15.280	15.920	29.678
3	Langsa Kota	20.905	21.497	42.402
4	Langsa Barat	17.965	17.936	49.212
5	Langsa Baro	24.484	24.728	35.901
Jumlah		86.384	86.412	172.796

Sumber: *Badan Pusat Statistik Kota Langsa, 2018*

Kehadiran perbankan syariah di Kota Langsa sejak tahun 2005 sangat sejalan dengan aspirasi masyarakat Aceh sebagai daerah penerapan syariat Islam secara menyeluruh. Lembaga Keuangan Syariah (LKS) membawa misi untuk merealisasikan *maqashid syariah* (tujuan syariah) dalam kegiatan ekonomi yaitu menghilangkan riba, gharar, judi, dan kecurangan lainnya dalam sistem ekonomi. Kehadiran LKS di Aceh khususnya Kota Langsa adalah suatu keniscayaan menggantikan dominasi sistem riba yang diperankan Lembaga Keuangan Konvensional (LKK). Perbankan syariah tersebut diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan bisnis yang mendatangkan kesuksesan dan kebaikan dunia serta akhirat (*falah*).

Namun setelah beberapa tahun berjalan ternyata masih banyak masyarakat belum mau menjadi nasabah pada perbankan syariah tersebut. Meskipun ada sebagian masyarakat yang menjadi nasabah pada perbankan syariah, namun masih mempertahankan tabungannya pada bank konvensional. Bahkan sebagian besar masyarakat belum bersedia menjadi nasabah bank syariah. Resistensi masyarakat kota Langsa terhadap perbankan syariah tentu bertolak belakang dengan fakta bahwa hampir seluruh masyarakat Aceh adalah beragama Islam yang fanatik ditambah lagi adanya kebijakan penerapan syariat Islam secara formal di Aceh sejak tahun 2001.

Dalam penelitian dosen FEBI IAIN Langsa mengungkapkan bahwa masyarakat yang tidak mau atau sepenuhnya mau menjadi nasabah lembaga keuangan syariah dikarenakan mereka masih mempersepsikan bahwa masih terdapatnya riba dalam sistem lembaga keuangan Islam. Hal ini juga tidak terlepas dari masih banyak masyarakat yang kurang memahami produk yang terdapat pada lembaga keuangan syariah.

Dalam dunia bisnis perbankan, Pengetahuan masyarakat menjadi faktor penting bagi masyarakat dalam memilih bank syariah. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti memperoleh persepsi masyarakat Kota Langsa yang tidak memilih bank syariah diantaranya masyarakat masih menganggap bank syariah dan bank konvensional sama saja, hanya istilah yang digunakan saja yang berbeda, selain itu juga informasi yang diterima masyarakat tentang bank syariah juga masih kurang. Kebanyakan masyarakat sudah tahu apa itu bank syariah, tetapi mereka tidak tahu produk-produk Penghimpunan dana yang ditawarkan bank syariah, terutama produk Tabungan. Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

Berbicara mengenai pengetahuan masyarakat Kota Langsa tentang Bank Syariah. Ternyata belum semua masyarakat mengetahui atau mendengar tentang Bank Syariah. Hal ini dikarenakan oleh masih kurangnya sosialisasi yang diberikan oleh pihak Bank Syariah ke masyarakat Kota Langsa. Peran pengetahuan seseorang tentang bank syariah akan mempengaruhi minat menabung masyarakat. Karena semakin banyak pengetahuan seseorang tentang Bank syariah, maka hal tersebut akan menjadi pertimbangan sebelum orang tersebut memutuskan untuk menjadi nasabah bank Syariah. Selain itu informasi dan iklan /promosi berpengaruh terhadap minat menabung.

Salah satu Bank yang mempunyai peran penting dalam perkembangan perbankan syariah di kota langsa adalah Bank Aceh Syariah. Bank Aceh Syariah semula nya adalah bank hasil konversi dari BPD Aceh menjadi Bank Aceh Syariah. Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor KEP. 44/D.03/2016 pada tanggal 1 September 2016. Ada beberapa Produk Tabungan yang dipasarkan Bank

Aceh Syariah ke masyarakat antara lain Tabungan Seulanga iB, Tabungan Firdaus iB, Tabungan Sahara iB, Tabunganku iB, Tabungan Pensiun iB dan Tabungan Simpel iB. tabungan-tabungan tersebut mempunyai keunggulan masing-masing. Produk Tabungan menjadi produk unggulan dari Bank Aceh Syariah karena produk ini, fiturnya sangat banyak, dan para nasabah dapat menggunakan *net Banking* dan fasilitas lainnya.

Seharusnya dengan adanya Produk Tabungan yang beragam di perbankan syariah akan mempermudah bagi masyarakat yang ingin menabung di perbankan syariah. Namun berdasarkan hasil wawancara masih banyak masyarakat yang tidak tahu dan bahkan tidak peduli dengan produk tabungan di perbankan Syariah.

Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah. Secara mudahnya pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Masyarakat yang tidak tahu produk tabungan diperbankan syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasa perbankan syariah, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba dan penerapan syariat Islam secara menyeluruh. Sebetulnya dengan menabung di bank syariah kita telah merealisasikan *maqashid syariah* (tujuan syariah) dalam kegiatan ekonomi yaitu menghilangkan riba, gharar, judi, dan kecurangan lainnya dalam sistem ekonomi Islam dan diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan bisnis yang mendatangkan kesuksesan dan kebaikan dunia serta akhirat (*falah*).

Perbankan syariah harus mampu menerapkan nilai-nilai Islam didalam prosedur dan mekanisme kerjanya. Nilai-nilai Islam yang perlu diterapkan dalam aktivitas perbankan syariah berdasarkan hukum perjanjian Islam antara Lain, *Al-Hurriyah* (kebebasan), *Al-musawah* (persamaan dan kesetaraan), *Al-'adalah* (keadilan), *Ash-Shidq* (kebenaran dan kejujuran), dan *Al-ridha* (kerelaan).

Penerapan nilai-nilai Islam pada produk perbankan secara baik dan benar tentu akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Dengan penerapan nilai-nilai Islam tersebut, akan meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menempatkan dananya. Namun ternyata hal tersebut juga masih kurang

maksimal dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Salah satu faktor penghambatnya adalah masih kurangnya minat serta adanya keraguan dari sekelompok masyarakat dalam penerapan nilai-nilai Islam pada produk perbankan syariah. Sebagian masyarakat beranggapan bahwapenerapan nilai-nilai Islam di perbankan syariah hanya sebagai teori-teori di dalam buku saja namun praktek nya tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional. Tentunya paradigma berfikir seperti itu memberi efek buruk terhadap perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

Kurangnya sosialisasi ke masyarakat tentang keberadaan bank syariah. Sosialisasi tidak sekedar memperkenalkan keberadaan bank syariah di suatu tempat, tetapi juga memperkenalkan produk bank syariah, instrumen dan mekanisme perhitungan pembiayaan diperbankan syariah kepada masyarakat. Untuk itu, perlu adanya kerjasama dari berbagai pihak untuk memberi pengetahuan kepada masyarakat terhadap produk tabungan perbankan syariah serta menghilangkan paradigma berfikir negatif dan menumbuhkan minat masyarakat terhadap penerapan nilai-nilai Islam diperbankan syariah.

KERANGKA TEORI

Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan konsumen adalah sesuatu informasi yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk atau jasa yang dipasarkan dan memberi manfaat dan mampu mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakannya produk tersebut. Maka dari itu melalui informasi yang tersedia mengenai produk tersebut akan mampu mendorong orang lainnya untuk menggunakan Produk tersebut.

Memahami pengetahuan konsumen penting bagi pemasar karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli, dan kapan membeli akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. secara mudahnya, pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka memandang bank syariah

astinya rendah pula. Dengan masih rendahnya pemahaman masyarakat Islam apalagi masalah perbankan bahkan perekonomian secara lebih luas maka perbankan syariah harus lebih luas maka perbankan bahkan perekonomian secara lebih luas maka perbankan syariah harus terus berkembang dan memperbaiki kinerjanya. Perbankan syariah akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang nasabah dalam memahami dan menangkap suatu informasi yang selanjutnya dapat diapresiasi dengan tindakan, faktor tersebut diantaranya:

- a. Media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas, misalkan: televisi, radio, koran, papan reklame, dan majalah.
- b. Keterpaparan Informasi. Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui atau dapat pula berupa tranfer pengetahuan. Informasi dapat mencakup data, teks, image, suara, kode, program komputer, database. Informasi dapat juga dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan observasi terhadap dunia sekitar serta diteruskan melalui komunikasi.

Untuk kepentingan pemasaran Engal, Blackwell, dan Miniard membagi Pengetahuan Konsumen/ Masyarakat menjadi tiga macam yaitu: Pengetahuan produk, Pengetahuan pembelian, Pengetahuan Pemakaian.

1. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, pengetahuan manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen. Pada Bank syariah suatu produk dikemas dalam berbagai prinsip sesuai syariah Islam. Adapun Produk tabungan Perbankan Syariah adalah:

1. Tabungan *Wadiah* merupakan jenis Produk simpanan yang menggunakan akad *wadiah*/titipan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian. Prinsip *Wadiah* terbagi dua sebagai berikut:
 - a. *Wadiah Yad Dhamanah* merupakan akad antara dua pihak, satu pihak sebagai pihak yang menitipkan (nasabah) dan

pihak lain sebagai pihak yang menerima titipan.

- b. *Wadiah Yad Al-Amanah* merupakan titipan murni dari pihak yang menitipkan barangnya kepada pihak penerima titipandan barang titipan tidak diperkenankan untuk dimanfaatkan.
2. Tabungan *Mudharabah* merupakan produk penghimpunan dana oleh bank dimana Bank syariah bertindak sebagai Pengelola (*Mudharib*) dan nasabah sebagai Pemilik dana (*Shahibul Mal*). Akad *Mudharabah* jika dilihat dari segi transaksi yang dilakukan pemilik modal dengan pengelola dibagi menjadi dua diantaranya:
 - a. *Mudharabah Muthlaqah* adalah penyertaan modal tanpa syarat. Pengusaha atau *mudharib* bebas melakukan usaha apa saja dan mengelola modalnya sesuai dengan keinginannya asalkan bisa mendapatkan Keuntungan.
 - b. *Mudharabah Muqayyadah* adalah penyertaan modal dengan syarat-syarat tertentu. Artinya tidak semua usaha bisa dijalankan dengan modal tersebut, jadi hanya usaha yang telah ditentukan dalam perjanjian yang boleh dikelola.

2. Pengetahuan Pembelian

Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberi informasi kepada konsumen dimana konsumen akan membeli produk tersebut.

3. Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen lain. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen maka konsumen harus bisa menggunakan produk tersebut dengan benar. Pengetahuan pemakaian suatu produk adalah penting bagi konsumen karena kesalahan dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk bermanfaat.

Minat Penerapan Nilai-nilai Islam Pada Produk Bank Syariah

Minat merupakan sesuatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Pandji minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai kepuasan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu.

Dalam konteks perbankan syariah, setiap produknya didasarkan pada hukum perjanjian Islam disamping harus senantiasa memperhatikan prinsip-prinsip perjanjian jual-beli, sewa-menyewa, bagi hasil, titipan dan jasa, juga harus berpedoman pada hukum positif berupa peraturan Bank Indonesia No. 10/16/PBI/2007 tentang pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah. Melalui Peraturan Bank Indonesia itulah, nilai-nilai Islam diaplikasikan atau diterapkan dalam praktik perbankan syariah.

Penerapan nilai-nilai Islam dapat dilihat pada saat bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya, maka kedua belah pihak akan membuat suatu perjanjian atau akad yang bertujuan untuk mengikat antara kedua belah pihak. Hukum perjanjian Islam berupa rukun dan syaratnya telah diatur dalam Al-Qur'an, Hadits, *Ijma'* dan *Qiyas* menjadi relevan dan penting dalam operasional perbankan syariah. Dalam membuat akad muamalah antar bank syariah dan nasabahnya ada beberapa syarat yang harus diperhatikan oleh para pihak agar akad muamalah tersebut sah sesuai prinsip-prinsip syariah dan terkandung nilai-nilai yang islami, yaitu:

- a. Adanya Ijab dan qabul. Adanya ijab qabul dalam suatu transaksi keuangan antara bank syariah dengan nasabahnya menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam *al-ridha* (kerelaan) dan *al-hurriyah* (kebebasan) telah diterapkan dalam transaksi tersebut.
- b. Kesepakatan para pihak. Perjanjian diantara para pihak (bank syariah dan nasabah) harus berdasarkan suka sama suka (kesepakatan), maka terpenuhilah nilai-nilai *al-kitabah* (tertulis).
- c. Beban risiko dalam hubungan muamalah. Dalam akad muamalah yang mengambil bentuk hubungan kemitraan, seperti *mudharabah* atau *musyarakah*, semua pihak memikul risiko, menunjukkan bahwa nilai-nilai *al-musawah* (persamaan dan kesetaraan).

- d. Keuntungan Bank syariah diperoleh dari membebaskan margin atas barang yang dijual kepada nasabahnya dalam transaksi jual-beli, sehingga bank syariah sudah menerapkan nilai-nilai *al-ridha* (kerelaan), *al-adalah* (keadilan).
- e. Objek perjanjian. Syarat objek akad/perjanjian harus mengandung nilai-nilai *ash-shidq* (kebenaran dan kejujuran) yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Fathurrahman membagi nilai-nilai Islam dalam konteks perbankan syariah yang setiap produknya didasarkan pada hukum perjanjian Islam, diantaranya:

1. *Al-Hurriyah* (Kebebasan) merupakan prinsip dasar dalam hukum perjanjian Islam, dimana para pihak bebas membuat suatu perjanjian atau akad, bebas dalam menentukan objek perjanjian dan bebas menentukan dengan siapa ia akan membuat perjanjian, serta bebas menentukan bagaimana cara penyelesaian sengketa. Namun semua kebebasan itu dibatasi oleh ketentuan syariah Islam.
2. *Al-musawah* (Persamaan) merupakan asas yang mengatur bahwa para pihak mempunyai kedudukan yang sama (bargaining position) dalam menentukan term and condition dari suatu akad/perjanjian.
3. *Al-'adalah* (keadilan) merupakan asas yang mengatur bahwa dalam suatu perjanjian/akad setiap pihak harus melakukan yang benar dalam pengungkapan kehendak, keadaan dan memenuhi semua kewajiban.
4. *Ash-shidq* (kejujuran) merupakan asas yang mengatur bahwa dalam perjanjian/akad setiap pihak harus berlaku jujur dan benar.
5. *Al-ridha* (kerelaan) merupakan asas yang menyatakan bahwa, segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak dan tidak boleh ada unsur paksaan, tekanan, penipuan dan mis-statement.
6. *Al-kitabah* (tertulis) merupakan asas yang mengatur bahwa setiap perjanjian/akad hendaknya dibuat secara tertulis guna pembuktian di kemudian hari.

Perbankan Syariah

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah (hukum Islam), yang dalam operasionalnya berpedoman pada fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

Bank Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk mendanai kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, Bank Syariah biasa disebut *Islamic Banking* atau *Interest free Banking*, yaitu suatu sistem perbankan yang mana dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (maisir), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan kuantitas, kualitas dan waktu terjadinya transaksi (gharar).

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun mikro.

Teori Pengambilan Keputusan

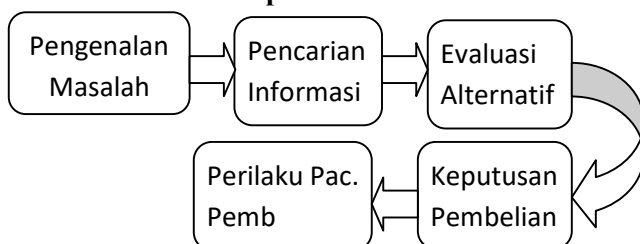
Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Pengambilan keputusan adalah proses dalam mengenali masalah-masalah dan peluang-peluang untuk kemudian dipecahkan. Mengambil atau membuat keputusan adalah suatu proses yang dilaksanakan orang berdasarkan pengetahuan dan informasi yang adanya pada saat tersebut dengan harapan bahwa sesuatu akan terjadi. Keputusan dapat diambil dari alternatif-alternatif keputusan yang ada. Alternatif keputusan tersebut dapat dilakukan dengan adanya informasi yang diolah dan disajikan dengan sistem penunjang keputusan.

Menurut Kotler dan Keller untuk sampai kepada keputusan pembelian akan melewati 5 tahap yaitu:

Gambar 2.1

Proses Keputusan Pembelian



Sumber: Kotler dan Keller, 2009

- a. Pengenalan Masalah. Merupakan tahapan dimana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya.
- b. Pencarian Informasi. Konsumen berusaha mencari informasi lebih banyak tentang hal yang dikenalnya sebagai kebutuhan. Biasanya konsumen memperoleh informasi dari sumber pribadi (keuarga, teman, tetangga, dan kenalan), Komersial (iklan, tenaga penjual, perantara dan kemasan), eksperimental (penanganan pemeriksaan dan penggunaan Produk).
- c. Evaluasi Alternatif. Merupakan tahapan dimana konsumen memperoleh informasi tentang suatu objek dan membuat penilaian akhir. Untuk menilai alternatif pilihan terdapat beberapa konsep dasar diantaranya:
 - 1) Atribut Produk
 - 2) Tingkat Kepentingan
 - 3) Keyakinan Merk
 - 4) Kepuasan Produk total
 - 5) Prosedur Evaluasi
- d. Keputusan Pembelian. Merupakan tahapan dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian. Faktor-faktor kepuasan untuk membeli diantaranya:
 - 1) Sikap orang lain: keluarga, teman, tetangga, orang kepercayaan
 - 2) Faktor situasi yang tidak diharapkan: pendapatan, keluarga, manfaat yang diharapkan.
- e. Perilaku Pasca Pembelian. Merupakan tahapan dimana konsumen puas atau tidak terhadap pilihan produk yang tersedia.

2. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara Kuantitatif. Metode Kuantitatif adalah metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka. Dalam penelitian ini lokasi penelitiannya berada di Kota Langsa. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil Angket, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, dokumen, literatur review, artikel dan internet.

Penentuan Sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, rumus slovin adalah sebuah rumus untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini

berjumlah 100 Responden dari jumlah Populasi penduduk Kota Langsa sebesar 172.796 jiwa.

Teknik Pengumpulan data menggunakan Dokumentasi, Observasi dan Angket. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan melihat atau mencari suatu laporan yang sudah tersedia, sedangkan wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara interview pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan.

Kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik ini digunakan untuk mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan responden. Angket diberikan kepada masyarakat Kota Langsa yang dipilih sebagai sampel penelitian.

Pengolahan data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dimulai dengan melakukan tabulasi kuesioner, lalu kemudian dilakukan pengujian dengan bantuan software SPSS. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik dimana data yang diperoleh dianalisis dengan uji normalitas, uji linearitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas. Analisis data juga menggunakan uji Regresi Berganda, Uji Hipotesis yang terdiri dari uji R^2 , uji F, dan uji T.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kota Langsa

Penduduk Kota langsa berjumlah 172.796 jiwa. Mayoritas penduduk Kota langsa adalah suku Aceh, selebihnya adalah suku Melayu, suku Jawa, suku Tionghoa dan suku Batak. Bahasa yang sering digunakan sehari-hari adalah bahasa Aceh, namun bahasa Indonesia tetap menjadi bahasa utama terutama dalam pendidikan. Pada umumnya mayoritas masyarakat Kota Langsa beragama Islam, namun juga ada yang menganut agama Kristen, dan agama budha.

Tabel Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan

No	Kecamatan	Jenis Kelamin		Total
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Langsa Timur	7.750	7.853	15.603
2	Langsa Lama	15.280	15.920	29.678
3	Langsa Kota	20.905	21.497	42.402
4	Langsa Barat	17.965	17.936	49.212
5	Langsa Baro	24.484	24.728	35.901
Jumlah		86.384	86.412	172.796

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Langsa, 2018

Responden dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kota langsa, dengan total sampel sebanyak 100 orang. Responden yang telah mengisi Kuesioner dan sesuai dengan ketentuan, kemudian identifikasi berdasarkan karakteristik. Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi enam kategori yaitu berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Berdasarkan identifikasi profil responden dapat diketahui proporsi jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan responden sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin maka jumlah responden laki-laki sebesar 41 % dari 100 responden, sedangkan sisanya sebesar 59 % adalah responden perempuan. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih dominan pada sampel penelitian, mungkin dikarenakan responden perempuan tertarik untuk menabung. Berikut ini tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Laki-laki	41	41%
Perempuan	59	59%
Total	100	100 %

Sumber: Data Primer diolah, 2019

b. Pendidikan

Berdasarkan Karakteristik pendidikan, diperoleh jumlah responden dilihat dari pendidikan yang SMP/SLTP sebesar 7 %, SMA/ SMK sebesar 13 %, Sarjana sebesar 65 % dan Pasca Sarjana sebesar 15 % dari keseluruhan 100 responden penelitian. Maka dapat disimpulkan bahwa Pendidikan Sarjana yang lebih dominan mengisi kuesioner penelitian, mungkin dikarenakan Pendidikan Sarjana lebih paham mengenai produk tabungan perbankan syariah. Berikut ini tabel karakteristik responden berdasarkan pendidikan:

Tabel Karakteristik Responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase %
SMP/SLTP	7	7 %
SMA/SMK	13	13 %
Sarjana	65	65 %
Pasca Sarjana	15	15 %
Total	100	100 %

Sumber: Data Primer diolah, 2019

d. Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, Pekerjaan pelajar atau mahasiswa yang banyak mengisi kuesioner penelitian yaitu sebesar 43 % dari 100 responden, selebih nya diisi oleh Pekerjaan PNS sebesar 17 %, Pegawai swasta sebesar 10% , wiraswasta sebesar 12 % dan pekerjaan diluar itu adalah sebesar 18 %. Berikut ini tabel karakteristik responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase %
Pelajar/ Mahasiswa	17	43 %
PNS	43	17 %
Pegawai Swasta	10	10 %
Wiraswasta	12	12 %
Lain-lain	18	18 %
Total	100	100 %

Sumber: *Data Primer diolah, 2019*

e. Pendapatan Responden

Berdasarkan identifikasi pendapatan responden dapat diketahui proporsi jumlah penghasilan perbulan menunjukkan bahwa 63 % responden yang terpilih dalam penelitian memiliki penghasilan diatas Rp. 2.000.000; . hal ini menjelaskan bahwa besar kecil pun penghasilan, mayoritas masyarakat masih mempunyai niat untuk menabung. Berikut tabel karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan:

Tabel Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan

Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase %
<Rp. 2.000.000;	27	63 %
Rp. 2.000.000; - Rp. 5.000.000;	63	27 %
Rp. 5.000.000; - Rp.8.000.000;	7	7 %
>Rp. 8.000.000;	3	2 %
Total	100	100 %

Sumber: *Data Primer diolah, 2019*

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa data variabel pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai islam terhadap produk tabungan Perbankan Syariah dalam penelitian ini dapat diolah karena memiliki data yang valid dan reliabel, data berdistribusi normal serta

bebas dari kesalahan meskipun diuji berkali-kali sehingga mendapatkan hasil yang konsisten.

Dari hasil uji Regresi berganda menunjukkan bahwa variabel independen (X) yakni variabel pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai Islam berpengaruh positif terhadap variabel produk tabungan.

1. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Penerapan Nilai-nilai Islam Terhadap keputusan menggunakan Produk Tabungan Perbankan Syariah Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa variabel Pengetahuan masyarakat dan Minat Penerapan Nilai-nilai Islam secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel keputusan masyarakat menggunakan Produk Tabungan Perbankan Syariah. Hal ini terbukti dari hasil uji F dimana $F_{hitung}=32,014 > F_{tabel}=3,09$ dan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh secara simultan pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai Islam terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah.

Sedangkan dari hasil uji koefisien determinasi (R) menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu pengetahuan(X1) dan minat penerapan nilai-nilai Islam (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan menggunakan produk tabungan sebesar 38,5 % , sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

2. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Perbankan Syariah Secara Parsial

Pengetahuan adalah segala informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut. Pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai Perbankan Syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai Bank syariah itu sendiri.

Dalam perbankan pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan produk tabungan, hal ini terbukti dengan hasil uji t dimana nilai $t_{hitung} 4.408 > t_{tabel} 1.660$ dan nilai probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Produk Tabungan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Siti Kholila tentang “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat KC Surabaya-MAS Mansyur ” dalam penelitian tersebut berdasarkan hasil uji t dengan menggunakan batas signifikan 0.05, dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak artinya secara parsial pengetahuan masyarakat mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah.

3. Pengaruh Minat Penerapan Nilai-nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Perbankan Syariah Secara Parsial

Minat adalah suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat penerapan nilai-nilai Islam merupakan kemauan atau kesetujuan seseorang untuk menjalankan atau menerapkan nilai-nilai agama didalam transaksi keuangan mereka.

Dalam kegiatan transaksi keuangan di Perbankan, minat penerapan nilai-nilai Islam juga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan mereka menggunakan produk tabungan di Perbankan Syariah. Hal ini terbukti dengan hasil uji t secara parsial minat penerapan nilai-nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah. Dari hasil uji t dapat diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.241 > 1.660$) dan nilai probabilitas sebesar $0,002 < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya variabel minat penerapan nilai-nilai Islam berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yusliana dengan judul “Penerapan Nilai-nilai Islam Pada bank Berbasis Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah. Dalam penelitian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas <signifikan, artinya variabel penerapan nilai-nilai Islam juga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis regresi linear berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan

masyarakat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji t dimana nilai $t_{hitung} 4.408 > t_{tabel} 1.660$ dan nilai probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Produk Tabungan. Hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel minat penerapan nilai-nilai islam berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji t dapat diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.241 > 1.660$) dan nilai probabilitas sebesar $0,002 < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya variabel minat penerapan nilai-nilai Islam berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah.

Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai Islam secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah. Hal ini terbukti bahwa hasil uji F dimana $F_{hitung} = 32,014 > F_{tabel} = 3,09$ dan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh secara simultan pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai Islam terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah. Dari hasil penelitian yang diperoleh variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah adalah variabel pengetahuan dengan nilai t hitung sebesar 4,408.

Adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan antara lain:

Disarankan agar Perbankan Syariah meningkatkan tingkat promosi tentang produk tabungan, agar masyarakat lebih paham apa itu perbankan syariah, karena pengetahuan tentang perbankan Syariah itu penting, masyarakat tidak akan berminat menggunakan Produk tabungan kalau mereka tidak mengenal perbankan Syariah.

Seharusnya Promosi tidak hanya dilakukan dengan media cetak seperti brosur akan lebih baiknya lagi kalo para karyawan-karyawan terutama bagian marketing untuk mengadakan sosialisasi ke tempat umum seperti kantor, sekolah, dan di pasar-pasar,

dimana dipasar banyak pedagang yang belum mengerti manfaat menabung di Perbankan Syariah.

Perbankan syariah juga harus gencar-gencar nya mendemonstrasikan pelarangan riba dan hukum nya dalam Islam, karena hal tersebut akan memicu minat masyarakat untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam transaksi keuangan, karena hal tersebut akan berdampak pada keputusan masyarakat untuk menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah.

Masyarakat juga harus sadar bahwa penerapan nilai-nilai Islam yang ada dalam produk tabungan perbankan syariah akan menjadi solusi mereka untuk menghindari bank-bank konvensional yang menerapkan sistem riba.

5. REFERENSI

- Adzan Noor Bakri, Umi Masrurroh, *Penerapan Nilai-nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah*, Jurnal of Islamic Management and Bussines, Vol. 1, No. 1 April 2018.
- Fathurrahman Djamil(et al), *Hukum perjanjian Syariah dalam Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Fathurrahman Djamil, *Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung: Citra Aditya, 2001.
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- <http://www.bankaceh.co.id> Produk-Produk Bank Aceh Syariah diakses pada tanggal 4 agustus 2019.
- <http://www.BPS.co.id> Badan Pusat Statistik Kota Langsa diakses pada tanggal 23 Juli 2019.
- <http://www.ojk.go.id> Data Jumlah Bank Umum Syariah (BUS) diakses tanggal 23 Juli 2019.
- Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, Bandung: CV Alfabeta, 2014.
- Lembaga Penjamin Simpanan.
- M. Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- M. Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta:Gema Insani, 2004.
- Muhammad Dayyan. 2016, *Resistensi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Langsa*, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 6(2),P-ISSN: 2087-2038; E-ISSN; 2461-1182.
- Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2009.
- Putri Lestari Rifa Mautia, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai-nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Perbankan Syariah studi kasus masyarakat Kota Langsa",
- Tafsir 'Aidh al-Qarni (eds), *At tafsiru al-muyassaru*, Jakarta: Qisthi Press, 2007.
- Undang-undang Dasar No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Veithzel Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Yusnaini, "Mekanisme Pasar dan Persoalan Riba dalam Pandangan Islam", *Jurnal Akutansi & Manajemen*, Vol. 7, No. 1 Juni, 2012.
- Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, Siti Hamidah Rustiana, "Analisis Faktor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah studi kasus pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnsi*, Vol. 1, No. 1, Juni, 2016.